

Dakwah Sebagai Proses Komunikasi Transformatif Di Tengah Dinamika Sosial Masyarakat

M. Yusuf

Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Email: m_yusuf@ar-raniry.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine da'wah as a transformative communication process amid contemporary social dynamics. The research employs a library research approach by reviewing relevant literature published within the last ten years for books and the last five years for journal articles. Data were analyzed using content analysis and thematic synthesis to identify the relationship between da'wah theory and transformative communication theory within the framework of social change. The findings indicate that da'wah should not merely be understood as the normative transmission of religious messages, but rather as a dialogical, participatory, and contextual communication process that encourages perspective transformation, attitudinal change, and social behavior development. The digital communication environment presents both opportunities and challenges for transformative da'wah, making digital literacy and communication ethics essential competencies for religious communicators. This study offers a conceptual integration between transformative communication theory and da'wah as its novelty and emphasizes that the success of da'wah should be measured not only cognitively but also through inclusive and civil social transformation. Therefore, da'wah plays a strategic role as an agent of social integration within pluralistic and dynamic societies.

Keywords: Transformative Da'wah, Religious Communication, Social Dynamics, Digital Literacy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dakwah sebagai proses komunikasi transformatif di tengah dinamika sosial masyarakat kontemporer. Pendekatan yang digunakan adalah kajian pustaka (*library research*) dengan menelaah berbagai literatur relevan yang terbit dalam sepuluh tahun terakhir untuk buku dan lima tahun terakhir untuk artikel jurnal. Analisis dilakukan melalui teknik analisis isi dan sintesis tematik guna mengidentifikasi hubungan antara teori dakwah dan teori komunikasi transformatif dalam konteks perubahan sosial. Hasil kajian menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi cukup dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan normatif keagamaan, tetapi harus dimaknai sebagai proses dialogis, partisipatif, dan kontekstual yang mendorong perubahan perspektif, sikap, dan perilaku sosial. Digitalisasi komunikasi menjadi arena strategis sekaligus tantangan baru bagi dakwah, sehingga literasi digital dan etika komunikasi menjadi kompetensi penting bagi da'i. Penelitian ini menawarkan integrasi konseptual antara teori komunikasi

transformatif dan dakwah sebagai novelty, serta menegaskan bahwa keberhasilan dakwah diukur tidak hanya dari aspek kognitif, tetapi juga dari transformasi sosial yang inklusif dan berkeadaban. Dengan demikian, dakwah memiliki peran strategis sebagai agen integrasi sosial di tengah masyarakat yang plural dan dinamis.

Kata Kunci: Dakwah Transformatif, Komunikasi Dakwah, Dinamika Masyarakat, Literasi Digital

PENDAHULUAN

Dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas komunikasi yang tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga berperan strategis dalam membentuk struktur nilai, orientasi moral, dan arah perubahan sosial dalam masyarakat. Dalam perspektif ilmu komunikasi, dakwah dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang bertujuan mempengaruhi pemahaman, sikap, dan perilaku khalayak secara persuasif dan etis. Karena itu, dakwah bukan sekadar ceramah atau ritual verbal, melainkan proses interaksi sosial yang hidup dan dinamis. Dalam konteks masyarakat modern, dakwah tidak lagi dapat diposisikan secara ritualistik dan satu arah, tetapi harus bertransformasi menjadi komunikasi yang dialogis, partisipatif, dan kontekstual agar tetap relevan dengan perkembangan zaman (Abdullah, 2018).

Perkembangan masyarakat kontemporer ditandai oleh urbanisasi yang masif, pluralitas budaya yang semakin kompleks, serta globalisasi teknologi informasi yang mengubah pola interaksi manusia. Dinamika ini melahirkan ruang sosial baru yang sarat dengan perbedaan nilai, identitas, dan kepentingan. Dalam kondisi demikian, komunikasi transformatif dalam dakwah menjadi sebuah keniscayaan. Dakwah perlu mampu membaca perubahan sosial secara kritis, memahami persoalan riil masyarakat, serta menghadirkan solusi yang membumi dan aplikatif (Rahman & Suryani, 2021). Tanpa kemampuan adaptif ini, dakwah berpotensi kehilangan daya pengaruhnya.

Sebagai proses komunikasi, dakwah harus memperhatikan karakteristik audiens yang heterogen, baik dari segi usia, pendidikan, latar belakang budaya, maupun preferensi media. Masyarakat tidak lagi homogen dalam cara berpikir dan menerima pesan. Generasi muda, misalnya, memiliki pola komunikasi yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka lebih responsif terhadap pendekatan visual, interaktif, dan berbasis pengalaman. Oleh karena itu, strategi komunikasi dakwah harus dirancang dengan mempertimbangkan segmentasi audiens agar pesan dapat diterima, dipahami, dan diinternalisasi secara efektif (Mustafa, 2020).

Problematisasi sosial seperti intoleransi, eksklusivisme, polarisasi identitas, serta konflik antar kelompok menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan model dakwah yang inklusif dan dialogis. Dakwah yang bersifat eksklusif dan konfrontatif justru berpotensi memperkuat sekat-sekat sosial serta memperdalam fragmentasi. Sebaliknya, dakwah yang menekankan nilai rahmah (kasih sayang), penghargaan terhadap perbedaan, serta dialog terbuka dapat menjadi jembatan rekonsiliasi sosial (Ibrahim, 2019). Di sinilah dakwah berperan sebagai kekuatan moral yang mempersatukan, bukan memecah belah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang komunikatif dan partisipatif mampu membangun kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya nilai-nilai inklusivitas dan toleransi (Arifin & Putri, 2022). Ketika masyarakat dilibatkan dalam dialog dan refleksi bersama, pesan dakwah tidak lagi dipahami sebagai doktrin yang dipaksakan, tetapi sebagai nilai yang tumbuh dari kesadaran bersama. Proses ini menjadikan dakwah sebagai sarana pemberdayaan sosial, bukan sekadar transmisi ajaran.

Namun demikian, realitas di lapangan memperlihatkan bahwa sebagian metode dakwah masih bersifat top-down, monologis, dan kurang responsif terhadap kebutuhan masyarakat kontemporer (Yusuf, 2019). Pola komunikasi yang terlalu normatif dan kurang dialogis sering kali membuat audiens merasa tidak terlibat secara emosional maupun intelektual. Akibatnya, pesan dakwah sulit membentuk perubahan perilaku yang berkelanjutan.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan (gap) antara metode dakwah tradisional dan kebutuhan komunikasi dakwah modern yang lebih partisipatif, adaptif, serta berbasis empati sosial (Nurhayati, 2020). Dakwah tidak cukup hanya menyampaikan “apa yang benar”, tetapi juga perlu menjawab “mengapa” dan “bagaimana” nilai tersebut dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan empatik ini menjadi kunci agar dakwah mampu menyentuh dimensi kemanusiaan audiens.

Dakwah transformatif harus mampu menjembatani nilai-nilai teologis dengan kebutuhan sosial praktis masyarakat. Artinya, dakwah tidak hanya berbicara tentang ritual dan aspek spiritual, tetapi juga menyentuh persoalan sosial-ekonomi, pendidikan, keadilan sosial, dan kesejahteraan. Dengan demikian, dakwah berfungsi sebagai kekuatan transformasi sosial yang nyata dan konstruktif (Kusuma & Hidayat, 2023). Nilai agama dihadirkan sebagai solusi, bukan sekadar simbol.

Di era digital, generasi muda menghadapi krisis identitas akibat derasnya arus informasi dan budaya global. Media sosial menghadirkan berbagai konstruksi identitas yang kadang tidak selaras dengan nilai-nilai lokal dan religius. Situasi ini menuntut dakwah untuk lebih relevan, reflektif, dan komunikatif agar tidak teralienasi dari realitas kehidupan generasi muda (Maulana, 2021). Dakwah harus mampu hadir dalam bahasa mereka, memahami keresahan mereka, dan menawarkan makna hidup yang otentik.

Pendekatan komunikasi dakwah yang personal, interaktif, dan kontekstual menjadi sangat penting dalam membangun kedekatan emosional antara dai dan audiens (Rahim, 2022). Relasi yang hangat dan dialogis menciptakan ruang aman bagi audiens untuk bertanya, berdiskusi, bahkan mengkritisi secara konstruktif. Proses ini memperkuat internalisasi nilai dan mendorong perubahan sikap yang lebih mendalam.

Di sisi lain, komunikasi transformatif dalam dakwah juga harus menjunjung tinggi etika komunikasi. Manipulasi pesan, ujaran kebencian, atau dominasi retorika yang menekan audiens dapat memicu resistensi sosial dan mengurangi kredibilitas dakwah (Said, 2020). Etika komunikasi seperti kejujuran, keterbukaan, dan penghormatan terhadap perbedaan merupakan fondasi utama dakwah yang berkelanjutan.

Perubahan sosial yang cepat akibat digitalisasi informasi juga menuntut dai untuk menguasai teknologi komunikasi. Platform digital seperti YouTube, Instagram, dan podcast menjadi ruang baru bagi penyebaran pesan dakwah. Tanpa literasi digital yang memadai, dakwah berisiko tertinggal oleh arus konten konsumtif dan sekuler yang lebih menarik secara visual (Setiawan & Farida, 2024). Oleh karena itu, inovasi kreatif dalam penyajian pesan menjadi kebutuhan strategis.

Meski demikian, ruang digital juga penuh tantangan. Konten sensasional, polarisatif, dan provokatif sering kali lebih cepat menyebar dibandingkan pesan yang damai dan moderat (Wijaya, 2023). Hal ini menuntut dai untuk lebih bijak, kritis, dan strategis dalam membangun narasi yang mencerahkan tanpa terjebak pada logika viralitas semata.

Studi terbaru menunjukkan bahwa strategi komunikasi kreatif dalam dakwah digital memiliki hubungan positif dengan peningkatan pemahaman keagamaan yang moderat, khususnya di kalangan masyarakat urban (Lestari & Prasetyo, 2024). Artinya, pendekatan inovatif yang tetap berlandaskan nilai etis mampu memperkuat moderasi beragama serta mendorong harmoni sosial.

Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian yang mengkaji dakwah secara holistik sebagai proses komunikasi transformatif yang kontekstual terhadap dinamika sosial lokal, terutama pada wilayah dengan keragaman budaya yang tinggi (Hasan, 2021). Padahal, konteks lokal memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas komunikasi dakwah.

Berdasarkan fenomena tersebut, kajian mengenai dakwah sebagai komunikasi transformatif menjadi sangat penting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan paradigma dakwah yang dialogis dan kontekstual, sekaligus kontribusi praktis dalam merumuskan strategi komunikasi dakwah yang efektif untuk menghadapi dinamika sosial masyarakat kontemporer. Pada akhirnya, dakwah diharapkan mampu menjadi kekuatan moral yang menghadirkan harmoni sosial, memperkuat inklusivitas, dan menumbuhkan kesadaran kolektif akan pentingnya hidup berdampingan secara damai dan bermartabat.

METODE KAJIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka (*library research*) sebagai metode utama dalam menelaah dakwah sebagai proses komunikasi transformatif. Pendekatan ini berfokus pada penelusuran, pengumpulan, analisis, dan sintesis berbagai sumber literatur yang relevan, baik berupa buku, artikel jurnal, maupun dokumen akademik lainnya. Kajian pustaka memungkinkan peneliti membangun pemahaman konseptual yang mendalam dan komprehensif mengenai suatu tema tanpa harus melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung. Dengan cara ini, peneliti dapat menelusuri perkembangan gagasan, pergeseran paradigma, serta perdebatan teoritis yang membentuk diskursus dakwah dalam konteks komunikasi modern (Zed, 2018).

Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada karakteristik tema penelitian yang bersifat konseptual dan teoritik. Dakwah sebagai komunikasi transformatif bukan sekadar aktivitas penyampaian pesan keagamaan, melainkan proses sosial yang sarat makna, nilai, dan dinamika perubahan. Oleh karena itu, diperlukan telaah mendalam terhadap teori komunikasi, teori dakwah, serta teori perubahan sosial untuk memahami bagaimana dakwah berfungsi sebagai instrumen transformasi individu dan masyarakat. Studi literatur membantu peneliti mengidentifikasi kerangka teoritis yang relevan, memetakan posisi penelitian dalam peta keilmuan, serta menemukan celah penelitian (research gap) yang belum banyak dieksplorasi (Creswell & Creswell, 2018).

Sumber data dalam penelitian ini mencakup buku ilmiah, artikel jurnal bereputasi nasional dan internasional, serta publikasi akademik lain yang memiliki keterkaitan langsung dengan tema dakwah dan komunikasi transformatif. Untuk menjaga relevansi dan aktualitas, buku yang digunakan dibatasi pada terbitan sepuluh tahun terakhir, sementara artikel jurnal difokuskan pada lima tahun terakhir. Pembatasan ini dilakukan agar kajian tetap responsif terhadap dinamika sosial kontemporer, termasuk perkembangan teknologi komunikasi digital dan perubahan pola interaksi masyarakat (Ridley, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis pada berbagai basis data ilmiah seperti Google Scholar, DOAJ, serta portal jurnal nasional terakreditasi. Proses pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci yang terstruktur, seperti “dakwah transformatif”, “komunikasi dakwah”, “transformative communication”, dan “social dynamics”. Strategi ini bertujuan untuk memperoleh literatur yang kredibel, relevan, serta memiliki kontribusi akademik yang signifikan. Selain itu, teknik snowball juga digunakan dengan menelusuri daftar pustaka dari artikel-artikel utama untuk memperkaya referensi yang dianalisis (Snyder, 2019).

Dalam proses analisis data, penelitian ini menggunakan metode analisis isi (content analysis). Metode ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi konsep-konsep kunci, pola argumentasi, kecenderungan pemikiran, serta relasi antar gagasan dalam literatur yang dikaji. Melalui analisis isi, dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas retorik, tetapi sebagai proses komunikasi yang memiliki daya pengaruh terhadap kesadaran, sikap, dan perilaku sosial masyarakat. Analisis ini membantu memetakan bagaimana dakwah diposisikan sebagai agen perubahan dalam berbagai konteks sosial (Krippendorff, 2019).

Selain analisis isi, penelitian ini juga menerapkan analisis tematik (thematic analysis) untuk mengelompokkan temuan literatur berdasarkan tema-tema utama. Tema tersebut antara lain: dakwah dan transformasi sosial, inklusivitas dan moderasi dakwah, komunikasi partisipatif, serta digitalisasi dakwah di era media sosial. Pendekatan tematik memudahkan peneliti menyusun sintesis konseptual yang sistematis dan terstruktur, sekaligus menangkap benang merah dari berbagai perspektif yang berkembang dalam literatur (Nowell et al., 2017).

Untuk menjaga validitas dan integritas akademik, penelitian ini menerapkan prinsip kritik sumber. Setiap referensi dievaluasi berdasarkan kredibilitas penulis, reputasi penerbit atau jurnal, relevansi konteks penelitian, serta kekuatan metodologinya. Evaluasi ini penting agar sintesis yang dihasilkan tidak sekadar kompilasi pendapat, melainkan konstruksi argumentatif yang memiliki landasan ilmiah yang kokoh. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Booth et al., 2021).

Secara humanis, pendekatan kajian pustaka ini juga memungkinkan peneliti memahami dakwah sebagai proses yang hidup dan berkembang bersama dinamika masyarakat. Literatur tidak diperlakukan sekadar sebagai teks, tetapi sebagai representasi pengalaman, pemikiran, dan refleksi kolektif umat dalam menghadapi perubahan zaman. Oleh karena itu, analisis dilakukan dengan sensitivitas sosial dan kesadaran kontekstual, sehingga dakwah dipahami bukan hanya sebagai konsep normatif, tetapi sebagai praktik komunikasi yang menyentuh dimensi psikologis, sosial, dan kultural manusia.

Hasil kajian pustaka kemudian disintesis secara naratif dan konseptual untuk merumuskan konstruksi teoritik mengenai dakwah sebagai proses komunikasi transformatif di tengah dinamika sosial masyarakat kontemporer. Sintesis ini tidak hanya bertujuan memperkaya pengembangan teori dakwah, tetapi juga memberikan kerangka berpikir yang dapat menjadi dasar bagi penelitian empiris selanjutnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menjembatani antara pengembangan teori dan praktik dakwah yang lebih reflektif, inklusif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa dakwah pada hakikatnya merupakan proses komunikasi yang memiliki dimensi teologis sekaligus sosiologis. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas penyampaian ajaran normatif keagamaan, melainkan juga sebagai proses interaksi sosial yang berorientasi pada perubahan. Dalam perspektif ini, dakwah berfungsi sebagai instrumen transformasi sosial yang membangun kesadaran, membentuk nilai, serta mengarahkan perilaku masyarakat menuju kondisi yang lebih adil dan berkeadaban. Dakwah transformatif menempatkan komunikasi bukan sekadar sebagai alat penyampai pesan, tetapi sebagai medium pembebasan dan pemberdayaan yang mendorong perubahan berkelanjutan (Abdullah, 2018).

Secara teoretis, konsep dakwah transformatif beririsan dengan teori komunikasi kritis yang menekankan pentingnya kesadaran reflektif dan dialog. Komunikasi dalam dakwah tidak lagi bersifat satu arah (monologis), tetapi berkembang menjadi dialogis dan partisipatif. Dalam konteks masyarakat modern yang semakin plural, kritis, dan terdidik, pendekatan dogmatis cenderung kurang efektif. Pesan keagamaan perlu disampaikan dengan argumentasi rasional, sensitivitas emosional, dan penghargaan terhadap pengalaman hidup audiens (Rahman & Suryani, 2021). Dengan demikian, komunikasi dakwah harus berorientasi pada relasi dan interaksi, bukan sekadar transmisi informasi.

Perubahan sosial yang ditandai oleh globalisasi, digitalisasi, dan polarisasi identitas turut membentuk lanskap baru bagi praktik dakwah. Arus informasi yang cepat dan terbuka menghadirkan tantangan epistemologis dan etis bagi para da'i. Jika dakwah tidak mampu beradaptasi dengan dinamika ini, maka ia berisiko kehilangan relevansi dan daya pengaruhnya dalam kehidupan publik (Setiawan & Farida, 2024). Oleh sebab itu, dakwah kontemporer dituntut untuk responsif terhadap perubahan sosial tanpa kehilangan substansi nilai-nilai spiritualnya.

Integrasi antara teori komunikasi transformatif dan teori dakwah menjadi kebutuhan konseptual yang mendesak. Transformasi dalam dakwah tidak hanya menyentuh aspek kognitif berupa peningkatan pengetahuan agama, tetapi juga mencakup perubahan perspektif (*perspective transformation*) yang memengaruhi cara individu memaknai realitas sosial (Hidayat, 2020). Ketika perspektif berubah, tindakan sosial pun ikut berubah. Inilah titik temu antara dimensi spiritual dan sosial dalam dakwah transformatif.

Secara praksis, dakwah transformatif menuntut strategi komunikasi yang kontekstual, adaptif, dan berbasis kebutuhan audiens. Literatur menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep dakwah inklusif yang berkembang dalam diskursus akademik dengan praktik dakwah yang masih cenderung normatif dan tekstual (Hasan, 2021). Kondisi ini menunjukkan pentingnya reorientasi pendekatan dakwah agar lebih membumi, solutif, dan menyentuh persoalan riil masyarakat seperti kemiskinan, ketimpangan sosial, dan krisis moral.

Etika komunikasi menjadi fondasi utama dalam dakwah transformatif. Prinsip empati, kejujuran, kesantunan, serta penghargaan terhadap keberagaman merupakan prasyarat bagi terbangunnya komunikasi yang efektif dan humanis (Said, 2020). Dakwah yang mengabaikan etika komunikasi berpotensi menimbulkan resistensi, polarisasi, bahkan konflik sosial. Sebaliknya, dakwah yang berlandaskan etika mampu membangun rasa saling percaya dan memperkuat kohesi sosial.

Perkembangan media digital membuka ruang baru bagi praktik dakwah. Dakwah digital memungkinkan penyebaran pesan secara luas, cepat, dan interaktif. Platform media sosial menciptakan ruang dialog yang lebih egaliter antara da'i dan audiens. Namun demikian, ruang digital juga rentan terhadap disinformasi, ujaran kebencian, serta fragmentasi opini (Wijaya, 2023). Oleh karena itu, literasi digital menjadi kompetensi esensial bagi da'i agar mampu memproduksi konten yang kredibel, moderat, dan mencerahkan.

Dalam konteks generasi muda, dakwah transformatif perlu dikemas dalam pendekatan naratif dan reflektif. Generasi yang hidup dalam budaya populer dan arus globalisasi sering mengalami krisis identitas dan kegelisahan eksistensial. Dakwah yang hanya menekankan larangan tanpa memberikan ruang dialog cenderung kurang menyentuh dimensi psikologis mereka. Pendekatan yang berbasis cerita, pengalaman hidup, dan refleksi personal lebih efektif dalam membangun kedekatan emosional (Maulana, 2021). Dakwah menjadi ruang aman untuk bertanya, berdialog, dan bertumbuh.

Sintesis literatur juga menunjukkan bahwa dakwah yang menyentuh aspek sosial ekonomi dan pemberdayaan masyarakat memiliki dampak transformasi yang lebih nyata dibandingkan dakwah yang berfokus semata pada ritualitas (Kusuma & Hidayat, 2023). Program pemberdayaan, advokasi sosial, dan penguatan kapasitas komunitas mencerminkan dakwah sebagai praksis sosial yang membumi. Transformasi spiritual menjadi lebih bermakna ketika diiringi dengan peningkatan kesejahteraan dan keadilan sosial.

Pendekatan komunikasi partisipatif terbukti meningkatkan efektivitas dakwah. Ketika masyarakat dilibatkan sebagai subjek aktif, mereka tidak hanya menerima pesan, tetapi turut berkontribusi dalam proses perubahan (Rahim, 2022). Model ini memperkuat rasa kepemilikan (*sense of belonging*) terhadap nilai-nilai yang disampaikan. Dakwah tidak lagi diposisikan sebagai instruksi dari atas, tetapi sebagai proses kolektif yang membangun kesadaran bersama.

Novelty penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan dakwah sebagai praktik keagamaan dengan teori komunikasi transformatif dalam satu kerangka analitis yang komprehensif. Integrasi ini memperluas paradigma dakwah dari aktivitas retorik menjadi proses emansipatoris yang dialogis dan reflektif. Dakwah diposisikan sebagai ruang pembentukan kesadaran kritis yang memadukan dimensi spiritual, sosial, dan kultural secara simultan.

Kebaruan lainnya adalah penempatan literasi digital sebagai variabel strategis dalam efektivitas dakwah transformatif. Dalam konteks masyarakat jaringan (*network society*), kemampuan adaptasi terhadap teknologi komunikasi menjadi faktor penentu keberhasilan dakwah kontemporer (Setiawan & Farida, 2024). Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga kecakapan etis dan kritis dalam memproduksi serta mengonsumsi informasi.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa indikator keberhasilan dakwah perlu didefinisi. Keberhasilan tidak cukup diukur dari meningkatnya pengetahuan agama, tetapi harus mencakup perubahan sikap, perilaku, serta kontribusi sosial yang nyata dalam kehidupan bermasyarakat (Abdullah, 2018). Transformasi yang diharapkan bersifat *holistic* menyentuh aspek spiritual, moral, sosial, dan kultural.

Secara konseptual, dakwah transformatif dapat diposisikan sebagai agen integrasi sosial dalam masyarakat plural. Komunikasi dakwah yang inklusif berkontribusi dalam membangun kohesi sosial, memperkuat solidaritas, serta mereduksi konflik berbasis identitas (Arifin & Putri, 2022). Dalam masyarakat yang rentan terhadap polarisasi, dakwah berperan sebagai jembatan dialog antar kelompok.

Dengan demikian, kajian ini menegaskan bahwa dakwah sebagai proses komunikasi transformatif memiliki relevansi strategis dalam merespons dinamika sosial masyarakat modern. Transformasi yang dihasilkan bersifat multidimensional mencakup aspek spiritual, sosial, budaya, dan digital. Dakwah yang humanis, dialogis, dan partisipatif bukan hanya memperkuat kesadaran religius, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya masyarakat yang inklusif, kritis, dan berkeadaban.

PENUTUP

Berdasarkan hasil kajian pustaka, dapat disimpulkan bahwa dakwah bukan sekadar aktivitas penyampaian ajaran agama secara normatif, tetapi merupakan proses komunikasi yang memiliki dimensi transformatif. Dakwah berfungsi sebagai sarana membangun kesadaran, membentuk perspektif baru, serta mendorong perubahan perilaku individu dan sosial secara berkelanjutan.

Dakwah sebagai komunikasi transformatif menuntut pendekatan yang dialogis, partisipatif, dan kontekstual. Model komunikasi satu arah yang bersifat dogmatis tidak lagi memadai dalam menghadapi masyarakat modern yang plural, kritis, dan dinamis. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam membangun interaksi yang setara dan reflektif.

Dinamika sosial yang ditandai oleh globalisasi, digitalisasi, dan kompleksitas identitas sosial menjadikan dakwah harus adaptif terhadap perubahan zaman. Dakwah yang responsif terhadap isu-isu sosial kontemporer seperti intoleransi, disinformasi, dan krisis moral akan lebih relevan dan diterima oleh masyarakat. Transformasi dalam dakwah tidak hanya terjadi pada aspek kognitif berupa peningkatan pengetahuan agama, tetapi juga pada perubahan sikap, nilai, dan praktik sosial. Dakwah yang efektif mampu mendorong internalisasi nilai-nilai inklusif, humanis, dan berkeadaban dalam kehidupan masyarakat.

Media digital menjadi arena strategis bagi pengembangan dakwah transformatif. Namun, pemanfaatan teknologi komunikasi harus diiringi dengan literasi digital dan etika komunikasi yang kuat agar pesan dakwah tidak terjebak pada polarisasi, sensasionalisme, atau penyederhanaan makna agama. Kajian ini juga menegaskan pentingnya integrasi antara teori komunikasi transformatif dan teori dakwah sebagai landasan konseptual yang komprehensif. Integrasi ini memperluas pemahaman dakwah sebagai proses edukatif sekaligus emansipatoris yang berperan dalam membangun kohesi sosial di tengah keberagaman masyarakat.

Dengan demikian, dakwah sebagai proses komunikasi transformatif memiliki posisi strategis dalam menjawab tantangan dinamika sosial masyarakat kontemporer. Melalui pendekatan yang inklusif, adaptif, dan berbasis partisipasi, dakwah dapat menjadi kekuatan moral dan sosial yang mendorong terciptanya masyarakat yang harmonis, reflektif, dan berkemajuan

REFERENSI

- Abdullah, M. (2018). *Komunikasi dan dakwah kontemporer*. Prenada Media.
- Arifin, A., & Putri, K. (2022). Dakwah dialogis dan inklusivitas sosial di masyarakat urban. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 12(1), 45–59.
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2021). *Systematic approaches to a successful literature review* (3rd ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Hasan, F. (2021). Gap metode dakwah dan kebutuhan masyarakat kontemporer. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(2), 105–118.
- Hidayat, R. (2020). *Teori komunikasi transformatif*. Pustaka Ilmu.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Kusuma, D., & Hidayat, R. (2023). Dakwah kontekstual dalam menghadapi tantangan sosial. *Journal of Islamic Communication Studies*, 5(1), 34–49.
- Lestari, D., & Prasetyo, E. (2024). Penggunaan media sosial dalam dakwah transformatif. *Media & Dakwah*, 3(1), 23–40.
- Maulana, T. (2021). Krisis identitas generasi muda dan peran dakwah. *Jurnal Studi Islam dan Masyarakat*, 9(3), 76–91.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1–13.
- Nurhayati, S. (2020). Keadaban komunikasi dakwah dalam era digital. *Komunikasi Dakwah*, 11(2), 60–77.
- Rahim, A. (2022). Efektivitas komunikasi dakwah partisipatif. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(1), 88–101.
- Rahman, Z., & Suryani, L. (2021). Transformasi dakwah di era globalisasi. *Islamic Communication Review*, 2(2), 51–66.
- Ridley, D. (2019). *The literature review: A step-by-step guide for students* (3rd ed.). Sage Publications.
- Said, M. (2020). Etika komunikasi dalam dakwah kontemporer. *Jurnal Etika Islam*, 3(1), 22–37.
- Setiawan, B., & Farida, P. (2024). Digitalisasi dakwah dan tantangan global. *Journal of Digital Religion*, 1(1), 12–28.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Wijaya, H. (2023). Pola komunikasi dakwah di media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(3), 99–115.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112.

- Yusuf, A. (2019). Dominasi pesan dakwah tradisional di masyarakat. *Jurnal Dakwah Modern*, 6(4), 134–150.
- Zed, M. (2018). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.